

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA
CAMPUS DE CACOAL
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ANA NATIARA DOS SANTOS LIMA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO SOBRE O PERFIL
EMPREENDEDOR DAS MULHERES NO GERENCIAMENTO DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MUNICÍPIO DE ROLIM DE
MOURA - RO**

Artigo de Conclusão de Curso

Cacoal / RO
2013

ANA NATIARA DOS SANTOS LIMA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO SOBRE O PERFIL
EMPREENDEDOR DAS MULHERES NO GERENCIAMENTO DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MUNICÍPIO DE ROLIM DE
MOURA - RO**

Artigo apresentado a Universidade Federal de Rondônia como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof^a Ms. Simone Marçal Quintino.

Cacoal/RO

2013

ANA NATIARA DOS SANTOS LIMA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO SOBRE O PERFIL
EMPREENDEDOR DAS MULHERES NO GERENCIAMENTO DAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MUNICÍPIO DE ROLIM DE
MOURA - RO**

Natureza: Artigo apresentado a Universidade Federal de Rondônia mediante banca examinadora formada por:

Prof ^a Ms. Simone Marçal Quintino	-	Nota
Professor (a)	-	Nota
Professor (a)	-	Nota

Média Final

Cacoal/RO

2013

Dedico este artigo a Deus sobre todas as coisas, a minha família que é a razão da minha vida.

Agradeço primeiramente a Deus, por ter dado discernimento e permitido que alcançasse meus objetivos; A toda minha família, especialmente aos meus pais Luciene e Brivaldo que sempre estiveram ao meu lado dando força e estímulo diante de todas as dificuldades encontradas ao longo do caminho; Agradeço meu querido noivo Diego pela dedicação e cuidado, pelo incentivo, paciência perante momentos difíceis e compreendendo minha ausência em importantes momentos. Agradeço ainda, todos os colegas de sala, especialmente minhas amigas queridas Ádila Sibebe, Suellen Strabelli, Mayara Maika e Andreia que sempre estiveram dispostas a ajudar nos momentos de dificuldades, por tudo que já vivi com elas, pelo ombro amigo, pelas alegrias e incertezas compartilhadas juntas; Agradeço também a minha professora orientadora Simone Marçal por seu empenho e atenção, não medindo esforços para que os resultados fossem satisfatórios.

“Para ter um negócio de sucesso, alguém,
algum dia, teve que tomar uma atitude de
coragem.” (Peter Drucker)

EMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTUDO SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR DAS MULHERES NO GERENCIAMENTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MUNICÍPIO DE ROLIM DE MOURA - RO¹

Ana Natiara dos Santos Lima²

RESUMO:

A inserção da mulher no ambiente empresarial é marcada por sua ascensão em cargos de confiança, e pela busca constante por novos desafios. O número de mulheres gestoras de empresas é crescente, assim, o empreendedorismo feminino evoluiu e tornou-se uma temática de estudo. A pesquisa objetivou-se analisar as características empreendedoras das mulheres quanto ao gerenciamento de uma micro e pequena empresa, seu perfil e estratégias de gerenciamento. Trata-se de um estudo realizado com empreendedoras na cidade de Rolim de Moura, sendo este um estudo de caráter exploratório e descritivo, com abordagem qualitativa e método dedutivo. As técnicas de coletas de dados utilizadas foram: pesquisa bibliográfica e questionário, constituído por 31 questões abertas e fechadas. Participaram da pesquisa mulheres detentoras de uma micro ou pequena empresa, de diferentes ramos de atuação, tendo como amostra 45 participantes selecionadas intencionalmente. Os resultados evidenciaram que as empreendedoras têm idade entre 38 a 47 anos, a maioria é casada e constituíram o negócio pelo desejo de realização pessoal e de obtenção de independência/autonomia, utilizando economias pessoais para abrir sua empresa. As empreendedoras caracterizam-se pela inovação, perseverança, persistência e valorização das pessoas, confiam em seu potencial que podem ser bem-sucedidas em qualquer negócio que proponham executar, porém, as mulheres afirmaram possuir dificuldades em conciliar o trabalho e a família, considerando a falta de tempo para dedicar-se mais ao seu negócio, pois acreditam que renovação do conhecimento é a chave para sucesso. Sugere-se que as empreendedoras realizem divisão das atividades junto aos colaboradores, planejando e priorizando com antecedência as obrigações para que ambas as partes sejam beneficiadas, e com isso, poderão disponibilizar mais tempo para a vida pessoal.

PALAVRAS-CHAVES: Mulheres empreendedoras; Micro e pequena empresa; Estratégia de gerenciamento.

INTRODUÇÃO

A mulher sempre exerceu um forte papel perante a sociedade, em geral, o avanço feminino no mercado de trabalho não se restringe apenas com empregada, mas também como empregadora. Esse crescimento feminino no ambiente empresarial pode ser observado a partir

¹ Artigo de Conclusão de Curso apresentado a Universidade Federal de Rondônia como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Administração sob a orientação da Prof^a. Ms. Simone Marçal Quintino.

² Acadêmica do 8º Período do curso de Administração da Universidade Federal de Rondônia. E-mail: ananatiara.adm@gmail.com

dos últimos anos, onde a taxa de empresas iniciadas por mulheres aumentou consideravelmente, sua participação intensa e marcante resume a mulher brasileira como uma das mais empreendedoras do mundo.

As transformações do mundo contemporâneo ocorridas principalmente no setor tecnológico e econômico exigem competências importantes para encontrar alternativas de sobrevivência no mercado competitivo. Em contrapartida, favorece a atuação do empreendedorismo feminino, caracterizado pela capacidade de inovação, flexibilidade, intuição, persistência e facilidade em trabalhar em equipe. As mulheres investem no sonho de abrir o próprio negócio, assumir riscos calculados em busca da realização pessoal, construindo negócios bem-sucedidos.

A mulher empreendedora caracteriza-se pelo comportamento gerencial diferenciado, haja vista que, valorizam o relacionamento com as pessoas, a motivação é alta, e o estilo de liderança é compartilhado. Além disso, tomam decisões baseados na inovação, visando sempre manter-se competitiva no mercado. Esses traços femininos evidenciam a atuação distinta no gerenciamento da organização, por conseguinte, o papel ativo das mulheres à frente dos negócios contribui para a geração de empregos, desmitificando as barreiras culturais, inovando, criando negócios que movimentam a economia e contribuindo para redução dos fatores condicionantes à mortalidade das empresas.

Mediante a relevância dos fatos este artigo teve como tema o empreendedorismo feminino, um estudo sobre o perfil empreendedor das mulheres no gerenciamento das micro e pequenas empresas no município de Rolim de Moura – RO, para melhor compreender as características empreendedoras femininas e da maneira como as mulheres empreendedoras utilizam suas características comportamentais em prol de evitar que seu negócio não seja extinto, e dos meios utilizados por mulheres detentoras de uma micro ou pequena empresa para acompanhar o mercado competitivo e não permitir que variáveis condicionantes à mortalidade de micro e pequenas empresas afete sua organização. Este artigo tratou de responder a seguinte pergunta: quais características comportamentais são marcantes nas mulheres empreendedoras e como elas gerenciam seus atributos para obter competitividade e evitar que seu negócio não seja extinto?

O objetivo geral da pesquisa é analisar as características empreendedoras das mulheres quanto ao gerenciamento de uma micro e pequena Empresa. De modo específico, procurou identificar o perfil empreendedor das mulheres; verificar quais características as mulheres empreendedoras desenvolveram para sobreviver no mundo dos negócios e avaliar a percepção das mulheres quanto às estratégias de gerenciamento de uma micro e pequena empresa.

A relevância deste trabalho relaciona-se a importância econômica e social do empreendedorismo feminino, bem como pela contribuição que as características das mulheres gestoras proporcionam para todas as organizações.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

A palavra empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu universo de atuação (GOMES, 2006, p.29). O autor Dornelas (2001) evidencia que a palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo.

O empreendedorismo nos últimos anos vem se intensificando no Brasil. Isso se dá, ao papel importante que o empreendedorismo representa na sociedade, sendo um dos principais propulsores da economia. Para Mota, Santos e Silva (2004), o avanço do empreendedorismo deu-se pela preocupação quanto à criação de pequenas empresas duradouras, que para manter-se no mercado procuraram alternativas competitivas e redução de custos.

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), que coordena a equipe do Projeto GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) desenvolve um relevante trabalho para a sociedade. O relatório GEM (2010) traz que o empreendedorismo no Brasil ganhou forças e se popularizou a partir da década de 90 com a abertura da economia, que propiciou a criação de diversas entidades voltadas para o tema, bem como o envolvimento mais ativo do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Anteriormente o termo

empreendedor era pouco conhecido e a criação de pequenas empresas era limitada pela situação econômica e política desfavorável no país. O SEBRAE é um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa instituição todo o suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como, consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio.

Dornelas (2001) considera que o papel do empreendedor foi sempre fundamental na sociedade e que a ênfase em empreendedorismo surge mais como consequência das mudanças tecnológicas e sua rapidez. Portanto, o momento atual pode ser chamado da era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos e riqueza para a sociedade.

Nota-se, que o crescimento do empreendedorismo deu-se pela necessidade de expansão das organizações e obtenção de competitividade, pois as mudanças nos setores tecnológicos, econômicos e social contribuíram para a intensa modificação do cenário mundial. A inovação tornou-se essencial para que empreendimentos obtenham sucesso, para isso é necessário assumir riscos e traçar objetivos. Fillion (1999) comenta que o empreendedor é uma pessoa criativa, que busca estabelecer e atingir objetivos, mantendo alto nível de consciência do ambiente em que vive na oportunidade de detectar oportunidades de negócio, portanto, um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões arriscadas com o objetivo de inovar, permanece a desempenhar o papel importante de empreendedor.

Gomes (2006) completa o pensamento do autor supracitado enfatizando algumas características encontradas em indivíduos empreendedores: criatividade, saber estabelecer objetivos que sejam claros para a empresa tanto a longo e em curto prazo, capacidade de detectar oportunidades, pois está atento ao ambiente; busca constante de aprender não somente o que está acontecendo no seu ambiente, para detectar oportunidades, mas também sobre o que fazem, para que possam agir e ajustar-se de acordo com a situação, assumindo desafios e riscos calculados com o objetivo de minimizar as incertezas no processo de decisão, além da contribuição com algo novo.

Contudo, Aidar (2007) avalia que o mérito do empreendedor não está em ter uma boa ideia e, muitas vezes, nem mesmo na capacidade de identificar uma oportunidade de negócios, mas na sua capacidade de operacionalizar a oportunidade, com base em um novo modelo de negócio.

Percebe-se com isso, que para ser um empreendedor não é necessário apenas conhecimento, e sim algumas particularidades e percepção de oportunidades voltadas para a inovação, perseverança e aprendizagem de convivência em meio às incertezas do ambiente em que está inserido. O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão conjunta, acreditando na sorte, porém um dos principais atributos do empreendedor é identificar oportunidades, agarrando-as para transformá-las em um empreendimento lucrativo, como explica Dolabela (1999, p. 39):

Ser empreendedor não é somente uma questão de acumulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atitudes em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis.

O empreendedor é alguém capaz de desenvolver uma visão, mas não só. Deve saber persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores, convencê-los de que sua visão poderá levar todos a uma situação confortável no futuro. Além de energia e perseverança, uma grande dose de paixão é necessária para construir algo a partir do nada e continuar em frente, apesar dos obstáculos e armadilhas, portanto, empreendedor é alguém que acredita que pode colocar a sorte a seu favor, por entender que ela é produto do trabalho duro (DOLABELA, 2008, p. 61).

O autor Dolabela (2008) considera ainda que, o empreendedorismo deve conduzir ao desenvolvimento, gerando e distribuindo riquezas e benefício para a sociedade. O empreendedor caracteriza-se pela criatividade, liderança e necessidade de realização pessoal, atributos estes que se resulta de um processo iterativo de tentativa e erro, avança em virtude das descobertas que faz podendo referir-se como novas oportunidades. Outra característica importante ressaltada, é que o empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza uma visão, ou seja, acredita que pode realizar seu próprio sonho, julgando-se capaz de mudar o ambiente em que está inserido, assumindo riscos.

De acordo com Filion e Dolabela (2000, p. 25) o empreendedor é uma pessoa que empenha toda sua energia na inovação e no crescimento, manifestando-se de duas maneiras: criando sua empresa ou desenvolvendo alguma coisa completamente nova em uma empresa preexistente. Em geral, ele visa o crescimento e cresce progressivamente com sua organização, de modo geral, precisa aprender continuamente, porque exerce um ofício complexo, de múltiplas facetas e em constante evolução.

Para Dornelas (2001), os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e emitidas, querem deixar um legado. Assim, os empreendedores não se limitam a exercer o papel de criar empreendimentos ou administrar algo novo, suas ações acarretam evolução para o ambiente em que estão inseridos, com sabedoria e criatividade os empreendedores têm conhecimento da influência que exercem perante a sociedade.

1.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR DE SUCESSO

Muitas pesquisas procuram identificar quais são as características ou atributos comuns aos empreendedores bem sucedidos. Bernadi (2003) considera que as características da personalidade empreendedora, uma correta modelagem do negócio e um planejamento bem elaborado aumentam as chances de sucesso de um empreendimento.

Acerca do assunto, Leite (2002, p. 100 - 103) considera três conjuntos que marcam o comportamento empreendedor:

I. **Conjunto de realização:** caracterizado pela busca de oportunidade e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade, eficiência e eficácia e comprometimento;

II. **Conjunto de planejamento:** marcado pela busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos;

III. **Conjunto de poder:** formado pela capacidade de persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

Leite (2002) considera que o empreendedor para obter sucesso deve agir para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços, aproveitando oportunidades fora do

comum. Além de agir diante de um obstáculo, enfrentando os desafios e assumindo responsabilidade, na busca de reduzir os riscos ou controlar os resultados com eficiência e eficácia. O planejamento é fator importante, pois tem o papel de obter informações do mercado consumidor, fornecedor e concorrente, facilitando o estabelecimento de metas. O autor ressalta ainda, que o empreendedor utiliza estratégias para influenciar ou persuadir os outros, busca autonomia e expressa confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio.

Outras características dos empreendedores de sucesso são apontadas por Dornelas (2001), que verifica atributos extras:

- a) **São visionários:** Os empreendedores têm a visão de como será o futuro para o negócio e sua vida e, o mais importante: eles têm a habilidade de implementar seus sonhos;
- b) **Sabem tomar decisões:** Os empreendedores não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator chave para o sucesso;
- c) **Sabem explorar ao máximo as oportunidades:** Para a maioria das pessoas, as boas ideias são daqueles que as veem primeiro, por sorte ou acaso. Para os empreendedores visionários, as boas ideias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação;
- d) **São otimistas e apaixonados pelo que fazem:** Adoram o trabalho que realizam, e é esse amor ao que fazem o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e autodeterminados. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso;
- e) **São independentes e constroem o próprio destino:** Querem estar à frente das mudanças a serem donos do próprio destino. Querem ser independentes, ao invés de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, se o próprio patrão e gerar empregos.

Dornelas (2001) comenta que o empreendedor de sucesso leva uma característica singular, que é o fato de conhecer como poucos os negócios em que atua o que leva tempo e requer experiências. Outro fato que diferencia do empreendedor de sucesso do administrador comum é o constante planejamento a partir de uma visão de futuro. Observa-se que o sucesso

de empreendimento é resultado de muito esforço, busca continua de informações e principalmente planejamento, objetividade e persistência.

Filion e Dolabela (2000, p. 22) destacam “o que diferencia o empreendedor dos outros agentes da organização é a capacidade de definir visões, projetos que compreendem elementos de inovação e se afastam do que já existem”, em geral essas visões são construídas em função de oportunidades de negócio que o empreendedor percebeu no mercado. O autor Aidar (2007) considera que o empreendedor bem sucedido é identificado como uma pessoa que quebra regras de modo a diferenciar seus produtos e serviços daqueles já oferecidos no mercado, estando sempre preparados para fazer inimigos poderosos. Além disso, os empreendedores têm disposição de modificar suas estratégias rapidamente, sendo umas das principais vantagens de pequenos e novos negócios em relação às empresas já estabelecidas.

Deste modo, empreendedores caracterizam-se pela determinação e compreensão dos fatores que influenciam no sucesso de seus empreendimentos, concomitante atua para manter diferenciação e competitividade entre os diversos empreendimentos, sem medir esforços, porém, preocupam-se sempre em manter sua atuação honesta.

1.3 EMPREENDEDORISMO FEMININO

A presença da mulher no mercado de trabalho, especialmente, no gerenciamento dos seus próprios negócios, e a conquista em cargos elevados nas organizações em todo o mundo, tem recebido atenção especial, haja vista, a importância econômica e social. No Brasil, a participação da mulher empreendedora está mais evidente, principalmente nas micro e pequenas empresas, responsável pela geração de riquezas e diminuição da taxa de desemprego no Brasil, explica Miranda, Cassol e Silveira (2006).

Os avanços no mercado de trabalho possibilitou a substituição da força física pela informação, e a flexibilidade passou a ser fator fundamental para conduzir uma organização ao sucesso. Gomes (2006) afirma que diante desse cenário alguns atributos culturalmente classificados como “femininos” passaram a ser valorizados, portanto, não há mais inibições ao ingresso das mulheres nos setores produtivos e nem cabe mais indagações se certas atividades são privativas do homem.

A autora Gomes (2006) expõe ainda, que abrir o próprio negócio, tornar aquilo que um dia foi ideia, assumir riscos em busca de realização pessoal deixou de ser prerrogativas de homens ativos, dinâmicos e empreendedores, cada vez mais as mulheres assumem a dianteira, seja no campo dos negócios, seja no ativismo social ou na passarela política. A autora cita que empresas geridas por mulheres têm crescido em vários países, fatores como a representatividade da força de trabalho feminino, tanto em termos numéricos como em níveis educacionais, ou a redução dos empregos em nível mundial, em que o empreendedorismo feminino representa uma alternativa para que as mulheres criem o próprio emprego e de outras pessoas, contribui para o sucesso de empreendimentos femininos.

Nota-se, que mesmo com o pouco tempo de inserção das mulheres no mercado de trabalho suas ações são significativas e as contribuições importantes para a sociedade. Organizações que valorizam características como a flexibilidade, sensibilidade, intuição, capacidade para trabalhar em equipe e administrar a diversidade romperam seus paradigmas e assimilaram o estilo feminino de liderança. Martins *et al* (2010) expõe que este processo de construção de identidade feminina é estruturado a partir de dois elementos: por um lado, uma concepção de feminilidade que seria interiorizada por meio da educação e, de outro, as próprias normas de comportamentos existentes no mundo do trabalho.

A ideia de empreendedorismo, e mais particularmente a ideia de criação de empresas, constitui uma peça chave no desenvolvimento de todas as sociedades ricas. Desse modo, este campo de atuação é muito promissor para as mulheres do Brasil que coopera para a geração de riquezas através de empresas inovadoras e competitivas, explica a pesquisadora Gina G. Paladino com contribuição de Louis J. Fillion no Relatório GEM (2010). Percebe-se com isso, que o fenômeno empreendedorismo feminino tem crescido com atuação focalizada à realização de uma visão central, e principalmente pela capacidade de realizar as coisas de forma diferenciada, transformando atitudes e comportamentos defensivos em produtivos e construtivos.

Berni (2002) comenta que as mulheres enquanto empresárias no Brasil apresentaram um substancial crescimento no período entre 1982 a 1987 e, na virada do milênio já dominavam as empresas de menor porte, sendo que 70% delas estavam voltadas para a área de serviços e os demais 30% para a área de produtos. Mesmo assim, essas empresárias tinham que estar preparadas para conviver com alguns problemas, ou seja, a falta de acesso ao

crédito, à falta de credibilidade em suas capacitações, o preconceito de alguns segmentos e a discriminação. Diante do desempenho apresentado, essas empreendedoras impõem sua aceitação no mercado, criam os grupos femininos e com base nisso nascem os novos relacionamentos de negócios.

Neste contexto, o relatório GEM (2010) explica que há uma disposição indicando que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, além do que nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família, ampliando a participação na economia do país. O relatório GEM (2010, p. 48) apresenta ainda que:

As sociedades diferem em suas percepções e costumes sobre o trabalho feminino e a sua participação em negócios. Os vários níveis de educação e desenvolvimento podem influenciar consideravelmente às crenças sociais, o que está geralmente associado ao grau de aceitação sobre a carreira da mulher. No entanto, em alguns casos, as mulheres investem no empreendedorismo, independente de percepção, ou simplesmente porque suas famílias necessitam de suas rendas.

Diante desse cenário, o ingresso da mulher no mercado de trabalho não se dá apenas na condição de empregada, mas também de empregadora, proporcionando desenvolvimento econômico na localidade que atuam. Estudos realizados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) apontam crescimento da participação das mulheres no mercado de trabalho e criação de novos empreendimentos. No relatório do ano de 2007, as mulheres representavam 52,7% dos empreendedores no Brasil, invertendo uma tendência histórica quando considerado o período 2001-2007, conforme Tabela 01.

Tabela 01: Empreendedores iniciais por gênero no Brasil 2002 a 2010

Gênero	Empreendedores Iniciais – Brasil									
	Proporção %									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2002-2010
Masculino	57,6	53,2	56,6	50	47,6	52,7	47	50,7	50,7	52,4
Feminino	42,4	46,8	43,4	50	52,4	47,3	53	49,3	49,3	47,6

Fonte: Pesquisa GEM Brasil (2010)

De acordo com o instituto, isso se deve ao fato da mulher iniciar o empreendimento pela necessidade. Enquanto 38% dos homens empreendem por necessidade, essa proporção

aumenta para 63% para as mulheres. Em 2010, entre os empreendedores iniciais, 50,7% são homens e 49,3% mulheres, mantendo o equilíbrio entre gêneros no empreendedorismo nacional.

Portanto, a participação da mulher na vida econômica do país aumentou consideravelmente, sendo que no Relatório GEM 2007, já se abordava o aumento da presença feminina no mercado de trabalho devido a fatores que vão desde o maior nível de escolaridade em relação aos homens até as mudanças na estrutura familiar. Vale ressaltar que Jonathan e Silva (2007) afirmam que a atualização do potencial econômico e de inovação do empreendedorismo feminino praticado no Brasil repousa na melhor compreensão das questões psicológicas e sociais que envolvem as empreendedoras.

Nota-se, que a mulher enquanto empreendedora avança constantemente, desempenha papel ativo na sociedade como um todo, preocupa-se com todos os fatores existentes, participando ativamente, na geração de emprego e renda no país, e conseqüentemente, contribui para a redução das taxas de mortalidade de micro e pequenos empreendimentos.

1.4 CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO FEMININO

A discussão sobre a diferença entre as características femininas e masculinas no ambiente de trabalho é alvo de muita discussão, características pessoais, sociais e econômicos constituem fatores que influenciam na atuação de empreendedores, pois a tendência é que os indivíduos enfrentem os desafios baseados em comportamentos próprios. Gomes (2006, p.87) enfatiza que os estudiosos do assunto acreditam que as mulheres possuem suas especificidades, embora as organizações estejam empregadas de valores masculinos.

Machado (1999) evidencia que algumas semelhanças foram encontradas em diversos trabalhos quanto às características das empreendedoras: elas têm bom nível educacional, embora com pouco conhecimento de habilidades gerenciais; há o predomínio de primogênnitas ou filhas únicas, o que os autores explicam como resultado de maior tempo dedicado pelos pais a essas filhas, gerando assim um maior grau de confiança em si própria, que pode ter contribuído para a iniciativa empresarial; há o predomínio de pais empreendedores, que teriam servido de modelo de identificação para essas empreendedoras; a faixa etária predominante entre elas encontra-se entre 31 a 50 anos de idade.

Observa-se que um dos fatores para o avanço do empreendedorismo feminino ocorre devido influências familiares. A predominância de pais empreendedores e a dedicação dada na infância favorece a atuação da mulher empreendedora, tornando-a mais ativa e marcante no ambiente empresarial, com relação à atuação masculina.

Em seu estudo Machado (1999) demonstra que a mulher empreendedora combina características masculinas (iniciativa, coragem, determinação), com características femininas (sensibilidade, intuição, cooperação), caracterizando um estilo próprio da mulher empreendedora que contribui para sua atuação diferenciada, conforme quadro 01.

Quadro 01: Tendências do comportamento gerencial de mulheres empreendedoras

Objetivos	Estrutura	Estratégias	Estilo de Liderança
Culturais e sociais;	Ênfase na cooperação;	Caracteriza-se como tipo inovativa	Poder compartilhado;
Segurança e satisfação no trabalho;	Baixo grau de formalismo;	Busca de qualidade;	Motivar os outros;
Satisfação dos clientes;	Busca de integração e de boa comunicação;	Busca de sobrevivência e crescimento	Valorizar o trabalho dos outros;
Responsabilidade social;	Descentralização;	Busca satisfação geral;	Atenção às diferenças individuais;

Fonte: Adaptado pelo autor conforme Machado (1999).

Esse estudo deixa claro que o comportamento gerencial das mulheres é diferenciado, visto que a busca da qualidade nos serviços prestados e o desejo de realização é uma tendência no comportamento empreendedor feminino. A pesquisa retrata ainda, que as mulheres foram classificadas por alguns autores como inovativa na tomada de decisão, com estilo de liderança compartilhado, as mulheres empreendedoras demonstram habilidade em lidar com recursos humanos, sua preocupação é voltada para as pessoas e não apenas para as tarefas.

Para Gomes (2006, p. 90), enquanto os homens veem o poder como uma habilidade para o controle, as mulheres tendem a ver o poder com uma capacidade a ser canalizada em direção a toda comunidade, logo, o poder para elas é menos individualista e mais relacional e permite que a mulher trabalhe melhor em equipe, interessando-se pelas pessoas a sua volta.

Essas características importantes vão ajudar a moldar o perfil do líder empresarial do futuro e, consequentemente criar um clima mais humano no trabalho.

A autora Gomes (2006) destaca o fato de vários pesquisadores citarem que as diferenças entre mulheres e homens vão muito além de questões biológicas e que são os fatores sociais que a colocam em vantagem no mercado diante da atual crise do emprego, além disso, características como objetividade, perseverança, estilo cooperativo, disposição em trabalhar em equipe, dividir decisões e uso de intuição na análise e soluções de problemas estão presentes fortemente no comportamento feminino.

Damasceno (2010) faz menção que mesmo que as características de empreendedores e empreendedoras sejam semelhantes, as mulheres diferem em termos de motivação, habilidades empresariais e histórico profissional. O processo inicial de um negócio também difere para homens e mulheres, especialmente em áreas como: sistema de apoio, fontes de recursos e problemas. Mota, Santos e Silva (2004) completam que as mulheres gostam mais de trabalhar em grupo o que caracteriza como um grande diferencial do comportamento feminino. Entre altos executivos, elas são muito mais assíduas a reuniões de conselho e tendem a participar mais de comitês de monitoramento, controle e fiscalização.

No Relatório GEM (2010), Gina G. Paladino com contribuição de Louis Jacques Filion expõe algumas características femininas na gestão das organizações, além de evidenciar características de estilo de gerenciamento mais participativo e preocupação com seus colaboradores já citadas:

- a) Tendem a ser mais jovem e com menos experiência do que homens ao iniciarem seus negócios;
- b) Não parecem usar o mesmo critério dos homens para definir sucesso;
- c) Gastam mais tempo e recursos do que os homens com seus entes queridos;
- d) São mais envolvidas do que os homens em atividades voluntárias para a ajuda a comunidade;
- e) Apontam mais razões familiares para iniciar seus negócios.

Jonathan e Silva (2007) ressalta o forte compromisso que as empreendedoras têm com os seus empreendimentos, pois não somente possuem uma substancial participação acionária na empresa como também dela se ocupam durante muitas horas diárias. Manter ou

mesmo aumentar sua grande dedicação diária aos negócios, como é o desejo expresso por muitas empreendedoras, sinaliza que a condução de suas empresas se constitui como um projeto central em suas vidas, possivelmente facilitado pela ajuda, principalmente, de empregados com que contam no cuidar do lar.

Diante disso, percebe-se que homens preocupam-se mais com o poder e ascensão individual, e as mulheres valorizam mais a coletividade do que o individualismo, logo, as diferenças entre gêneros são distintas e claras. Dessa forma, as mulheres apresentam maior capacidade em lidar com as emoções, trabalhar em equipe e de agir de forma equilibrada com sensibilidade e liderança nas relações humanas e, portanto, essas características contribuem para o destaque da mulher empreendedora.

1.5 PERFIL DA MULHER EMPREENDEDORA NO BRASIL

O cenário do país é alvo de complexas mudanças, em contrapartida, a população feminina cresce em meio a essas transformações. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2010) a população está mais feminina, são 97.342.162 mulheres e 93.390.532 homens no Brasil, as mulheres superam em mais 3,9 milhões o número de homens, conforme Censo 2010. No mesmo ano, a população feminina no Estado de Rondônia ficou em 767.252 e homens 795.157, sendo que desse numero 25.478 mulheres e 25.170 homens corresponde à cidade de Rolim de Moura – RO.

Essas estimativas favorecem a inserção da mulher no mercado de trabalho. De acordo com estudo realizado por Gina G. Paladino com contribuição de Filion apresentado no relatório GEM (2010), a presença da mulher está evoluindo nos pequenos negócios, nas empresas e como profissionais liberais. Quanto aos empreendimentos criados pelas mulheres, os autores apontam que tendem a estar no setor de serviços e que a taxa de sobrevivência das empresas criadas por mulheres é maior. Porém, Damasceno (2010) explica que o histórico de mulheres e homens geralmente é semelhante, sendo que a maioria das mulheres quando empreendem tem a faixa de 35 a 40 anos, ou seja, um pouco mais tardio devido à família e filhos, ou quando mais cedo, deixando a vida pessoal de lado e conciliando um pouco mais tarde.

De acordo com o relatório GEM (2009, p. 57) coordenado pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), “[...] a mulher brasileira é historicamente uma das mais empreendedoras no mundo [...]”. As avaliações do relatório evidencia que as mulheres se sobrepõem numericamente aos homens: dos empreendedores brasileiros, 53% são mulheres e 47% homens. No mesmo ano, além do Brasil, apenas outros dois países registraram taxas de empreendedorismo feminino mais elevadas que as taxas de empreendedorismo masculino: Guatemala e Tonga, além disso, a proporção de mulheres empreendendo por oportunidade supera a proporção de homens na mesma condição.

O empreendedorismo por necessidade é o mais benéfico para a economia dos países, onde os empreendedores que iniciaram o seu negócio por vislumbrarem uma oportunidade no mercado para empreender e como forma de melhorar sua condição de vida tem maiores chances de sobrevivência e de sucesso (GEM, 2010).

Tabela 02: Empreendedorismo por oportunidade e gênero (2002 a 2009)

Gênero	Empreendedores por Oportunidade – Brasil Proporção %								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2002-2009
Masculino	61,6	53,0	60,3	52,3	64,3	54,3	51,3	46,6	55,4
Feminino	38,4	47,0	39,7	47,8	35,7	45,7	48,7	53,4	44,6

Fonte: Pesquisa GEM Brasil (2009)

Em 2007, ano em que a proporção de mulheres envolvidas em atividades empreendedoras também foi maior do que a dos homens, a participação delas nos negócios por oportunidade foi inferior, evidenciando que mais um reduto tipicamente masculino, o de empreendedorismo por oportunidade, foi alcançado pela parcela feminina da população brasileira em 2009.

Garcia *et al* (2011, p. 690) traz que “[...] as mulheres empreendedoras tendem a ser mais intuitivas do que os homens, já que confiam mais em seus próprios sentimentos [...]”. Acerca do assunto Martins *et al* (2010) explica que esse componente intuitivo é um grande diferencial das pequenas empresas que são lideradas por mulheres. Portanto, as mulheres enquanto gestoras de empreendimentos caracterizam com um estilo singular de liderança, possibilitando aumento das taxas de sobrevivência das empresas.

Mota, Santos e Silva (2004) expõe que o perfil das mulheres empreendedoras abrange características como:

I. **Necessidades:** refere-se à independência; desenvolvimento pessoal; segurança; autorrealização; correr risco calculado;

II. **Conhecimentos:** refere-se à aspectos técnicos relacionados com o negócio; experiência na área comercial; experiência em empresas; formação complementar; vivência em situações novas;

III. **Habilidades:** diz respeito à identificação de novas oportunidades; valoração de oportunidades e pensamento criativo; comunicação persuasiva; negociação; aquisição de informações; resolução de problemas; alcançar metas e motivação e decisão;

IV. **Valores:** existenciais; estéticos; morais e qualidade.

Observa-se que o perfil das mulheres distingue-se por atributos importantes, em que os valores, conhecimentos e habilidades formam-se através de aspectos sociais, e, portanto, o grau de dificuldades dos desafios enfrentados por elas são mais fortes. Com relação ao universo masculino, bem como, as mulheres trabalham para que seu sonho seja alcançado com a qualidade e comprometimento com cada trabalho que proponha executar, utilizando-se de características ditas por feminina como fator predominante no relacionamento com as pessoas, causando assim, um diferencial feminino.

Em pesquisa realizada com mulheres empreendedoras Martins *et al* (2010) evidenciou que existe inúmeros obstáculos enfrentados pelas mulheres na condução de um negócio. As empreendedoras entrevistadas apresentaram trajetórias nitidamente distintas, níveis de escolaridade igualmente diversos, além de suas vidas particulares mostrarem inúmeros e singulares perfis. Contudo, suas trajetórias mostram sempre o aspecto da superação de limites e a determinação de se construir o novo, constatou-se que essas profissionais têm em comum o perfil inovador, inquieto, que sempre busca construir o futuro, e jamais espera que este aconteça por si.

Cramer *et al* (2001) constatou em estudo que as empreendedoras articulam a sua visão gerencial de forma compartilhada com seus funcionários, isto consiste em encorajar a participação, compartilhar a informação, além de demonstrar respeito pelas diferenças individuais entre os funcionários e preferência pela eficácia em detrimento da eficiência. As constantes transformações que ocorrem no mercado contemporâneo não afetou a inserção da

mulher no mercado de trabalho, haja vista que empreendimentos liderados por mulheres possuem características diferenciadas, favorecendo o crescimento econômico e social do ambiente em que esta inserida.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia que dirigiu este artigo teve como pesquisa descritiva e exploratória, com abordagem qualitativa, e o método dedutivo. Para Santos (2005, p. 173) a pesquisa exploratória caracteriza-se pela existência de poucos dados disponíveis, e tem como objetivo aprofundar e aperfeiçoar ideias com a construção de hipóteses, ou seja, as respostas são antecipadas e seu planejamento é relativamente simples e objetivo. Na pesquisa descritiva o autor expõe que é feita a descrição das características de uma determinada população, deste modo, é o estudo descritivo de determinado dado com suas variáveis do objeto de estudo.

No que concerne à abordagem qualitativa, a autora Michel (2005, p. 33) considera que “na pesquisa qualitativa o pesquisador participa, compreende e interpreta”, ou seja, baseia-se na discussão da ligação e correlação de dados interpessoais, na participação conjunta de várias pessoas, permitindo análises a partir dos dados coletados pelos seus atos. Quanto ao método dedutivo permite que o pesquisador construa estruturas lógicas, por meio de levantamento de dados, hipóteses, teses, premissas e conclusões com pouca margem de erro, como explica Medeiros (2011, p. 31) “o raciocínio dedutivo parte de enunciados gerais dispostas em ordem, como premissas de um raciocínio para uma conclusão particular [...]”.

As técnicas de coletas de dados utilizadas foram pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo com utilização de questionário. Para Michel (2005) a pesquisa bibliográfica tem como objetivo auxiliar na definição de objetivos e levantar informações sobre o assunto objeto de estudo, e explicar um problema a partir de referências teóricas publicada, dispensando assim, a elaboração de hipóteses. No que diz respeito à pesquisa de campo, Ruiz (2011) afirma que a pesquisa de campo consiste na observação dos fatos como ocorrem, na coleta de dados e registro dos dados observados para posterior análise, não permitindo o isolamento e o controle de variáveis independentes e dependentes observados e comprovados, portanto, a pesquisa de campo ocorre de forma empírica no ambiente em que está localizado o objeto de pesquisa, e é essencial para levantar com precisão os dados que contribuirão para análises dos resultados. O questionário é a forma mais usada para coletar dados, pois

possibilita medir com melhor exatidão o que se deseja, para Marconi e Lakatos (1996, p. 88) o “questionário é um instrumento de coleta de dado, constituído por uma serie ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador”.

O questionário (APÊNDICE A) foi adaptado do livro de Gomes (2006), com o titulo: *Mulheres Empreendedoras, Vitória da Conquista: Edições Uesb*, composto por 31 questões abertas e fechadas de múltipla escolha, dividido em três etapas: 1ª) identificação do perfil das participantes, 2ª) levantamento das características empreendedoras, 3ª) avaliação da percepção das mulheres quanto às estratégias de utilizadas no gerenciamento de micro e pequenas empresas, sendo que a última parte obedeceu aos critérios estabelecidos na escala de Likert, com perguntas referenciadas a três variáveis: necessidades pessoais; habilidades e conhecimento; e relacionamento interpessoal, cada variável concebe atributos importantes na empreendedora, ligados a questões de inovação, conhecimentos específicos, tipo de liderança, administração no empreendimento, entre outros.

O questionário foi aplicado junto a mulheres empreendedoras no município de Rolim de Moura/RO distribuídos entre os dias 18 de fevereiro a 06 de março de 2013, em horário comercial, participaram da pesquisa 45 (quarenta e cinco) empreendedoras selecionadas intencionalmente, que conforme Santos (2005) é um tipo de amostragem não probabilística e aconselha o seu uso quando o tipo randômico for de impossível aplicação. Esta por sua vez, seleciona apenas elementos que estejam disponíveis para compor a amostra, uma vez que, os órgãos do município tais como ACIRM, Prefeitura Municipal e JUCER trazem informações em seus bancos de dados que não são suficientes para detectar o número de mulheres empreendedoras no município.

Logo, para o desenvolvimento da pesquisa foram investigadas empreendedoras que já atuam em média há 2 (dois) anos, sendo cadastradas no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ. Abordou-se diversos segmentos, tais como atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza, comércio de artigos do vestuário e acessórios, restaurantes e lanchonetes, cosméticos, fabricação e facção de peças do vestuário e intimas, entre outros, com o objetivo de levantar qual a contribuição das mulheres para a redução das taxas de mortalidade de micro e pequenas empresas, identificando ainda, as estratégias utilizadas para permanecer no mercado.

A pesquisa obedeceu aos critérios éticos estabelecidos, sendo que os sujeitos não foram identificados e todos assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (ANEXO A), os participantes foram codificados de E1 a E45. Os dados coletados na pesquisa foram analisados através de tabelas e gráficos, com o apoio de ferramentas como Word e Excel. Para estruturação do artigo utilizou-se o Manual do Artigo Científico do Curso de Administração UNIR campus de Cacoal, conforme Silva, Torres Neto e Quintino (2010).

3 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Após coletar os dados com utilização do questionário, com o objetivo de levantar dados das características empreendedoras das mulheres quanto ao gerenciamento de uma micro e pequena empresa foi possível analisar as principais características das participantes e seu empreendimento, assim sendo, utilizou-se um conjunto de variáveis sócio demográficas tais como: idade, grau de escolaridade, atividade que exercia antes de abrir a empresa, se possuía outra atividade remunerada, motivação para iniciar sua empresa, capital da empresa e suas origens, dificuldades enfrentadas para ser empreendedora, além de fatores referentes a necessidades pessoais, habilidades e conhecimento, e relacionamento interpessoal.

3.1 PERFIL DAS ENTREVISTADAS

Quanto ao perfil das entrevistadas verificou-se que a maioria das participantes possui faixa etária entre 38 e 47 anos, sendo 83% casadas. As empreendedoras possuem grau de escolaridade predominante médio completo, representando 45%, porém, 23% concluíram ensino superior, principalmente nas áreas de administração, contabilidade, direito e pedagogia. Isso representa que as mulheres empreendedoras preocupam-se em ampliar seus conhecimentos, buscando sempre que possível aperfeiçoar o conhecimento existente, ampliando ainda o conhecimento técnico, que em conjunto com a experiência prática é fator principal para obtenção de sucesso.

Em relação ao período anterior a abertura do empreendimento, 60% das empreendedoras participantes afirmaram que antes de iniciar o negócio era colaboradora/funcionária. Verifica-se que as mulheres estabeleceram seu próprio destino, buscando a independência ao criar algo novo. Logo, esse resultado aponta que as participantes possuem características comuns de um empreendedor de sucesso, conforme aponta Dornelas

(2001) os empreendedores são independentes e constroem o próprio destino, ou seja, desejam se diferenciar guiando seus próprios passos, buscam sempre a independência ao abrir o próprio negócio diante das oportunidades identificadas, tornando-se assim o próprio patrão e gerando emprego e renda. A pesquisa evidenciou ainda que ao abrir o empreendimento dedicam-se exclusivamente ao negócio, pois 87% afirmaram não possuir outra atividade remunerada, logo, a inserção das mulheres no sistema produtivo dar-se-á com a implantação de um negócio próprio movido por uma visão desmistificada de sucesso e realização pessoal.

3.2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDIMENTO

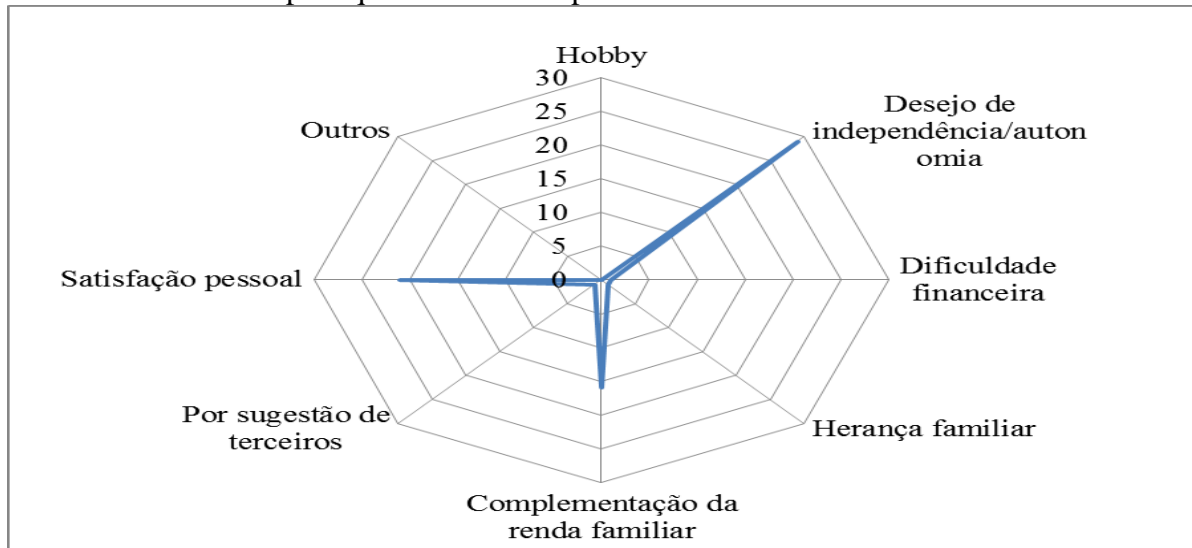
O empreendedor é caracterizado pela capacidade criadora, liderança e necessidade de realização pessoal, resultantes de um processo de tentativa e erro, correndo riscos calculados em virtude das descobertas que faz podendo referir-se como novas oportunidades. Conforme Dolabela (2008) o empreendedor é aquele que imagina e concretiza uma visão, isto é, confia ser capaz de atingir seus objetivos, estimando ainda modificar o ambiente que está inserido e assumindo riscos, logo, para ser um empreendedor de sucesso é necessário ter flexibilidade e autoestima ao constituir um empreendimento.

Ao serem questionadas quanto aos motivos pelo qual iniciaram o empreendimento, verifica-se que o desejo de independência e autonomia e a busca pela satisfação pessoal foram apontados como os principais motivos que impulsionaram a abertura do negócio, como pode ser observado no gráfico 01. Esse resultado vem ao encontro com os estudos expostos no relatório GEM (2010) onde o fenômeno empreendedorismo feminino tem evoluído com atuação enfocada ao cumprimento de uma visão central, e principalmente pela capacidade de realizar as coisas de forma distinta, preservando atitudes e comportamentos para que sejam bem-sucedidos e construtivos.

Em contrapartida, a pesquisa evidenciou que entre as mulheres participantes o empreendedorismo por necessidade ainda é fator relevante, assim, as mulheres buscam alternativas de empreendimentos para complementar a renda familiar, ampliando cada vez mais a participação no ambiente em que está inserido. Evidencia-se que as entrevistadas iniciaram a empresa pelos mesmos motivos apontados na pesquisa nacional GEM (2010) demonstrando que atualmente cresce o número de mulheres que assumem cada vez mais a posição de chefe de família, sendo a principal envolvida no sustentado o lar. Deste modo, a

ideia de criação de empresas, constitui um meio para aumentar a renda da família e uma peça chave no desenvolvimento econômico do país, bem como na atuação próspera das mulheres do Brasil que contribui para a expansão de riquezas através de empresas que valorizam a inovação e competitividade.

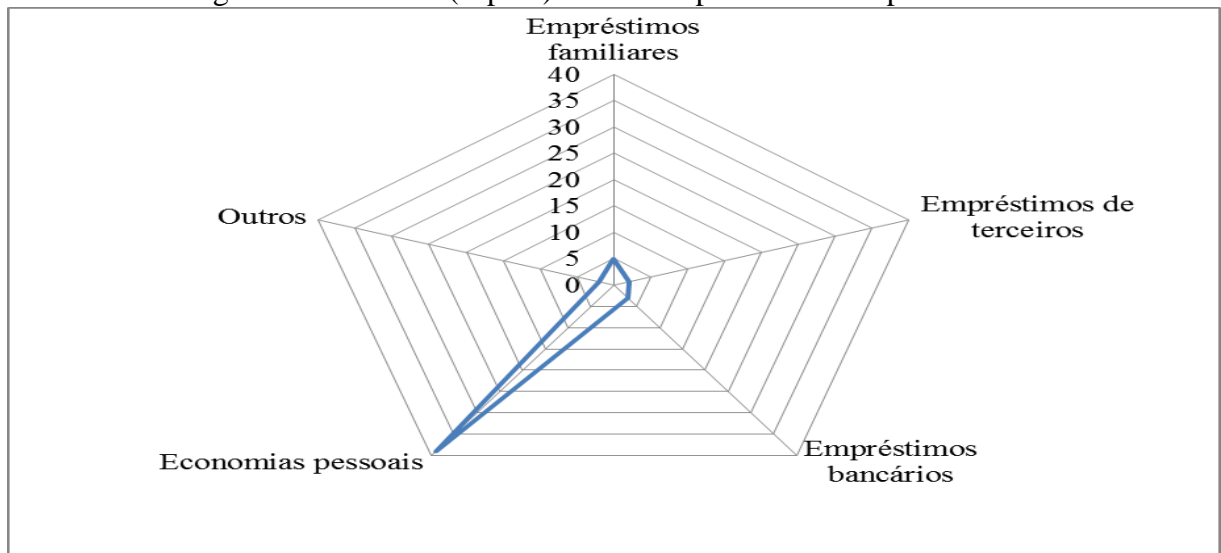
Gráfico 01: Motivos pelo qual iniciou o empreendimento



Fonte: pesquisa realizada em Fevereiro de 2013

Quanto ao capital da empresa, 64% das participantes não possuem sócios, tendo assim, 100% da participação do capital da empresa, que de acordo com o gráfico 02 os recursos utilizados pelas mulheres para a abertura do negócio são em sua maioria oriundos de economias pessoais, o que evidencia que as mulheres preocupam-se em realizar seus sonhos, e os riscos e investimentos necessários são previamente conhecidos.

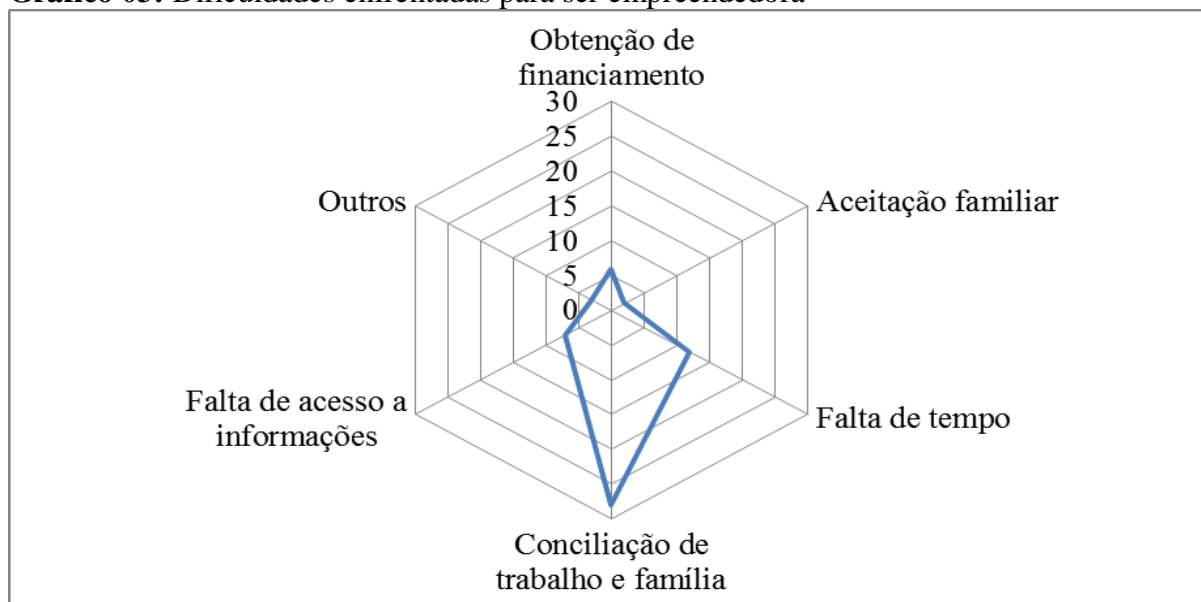
Gráfico 02: Origens dos recursos (capital) utilizados para abrir a empresa



Fonte: pesquisa realizada em Fevereiro de 2013

No que diz respeito as dificuldades enfrentadas para ser empreendedora, a conciliação de trabalho e família representa o principal desafio para o gerenciamento de um negócio, pois a maioria das entrevistas são casadas e necessitam conciliar a vida pessoal com a profissional, sendo uma esposa presente, e concomitantemente deve manter suas funções dentro de casa e no trabalho. Deste modo, a falta de tempo constitui outra limitação para que seu negócio seja gerenciado como deseja, logo, as várias dificuldades enfrentadas pelas dirigentes de MPEs referenciam-se aos estudos feitos por Damasceno (2010) onde elas se consideram vitoriosas ao serem independentes, mas que falta de tempo para a família. O gráfico 03 mostra os principais desafios ao torna-se empreendedora.

Gráfico 03: Dificuldades enfrentadas para ser empreendedora



Fonte: pesquisa realizada em Fevereiro de 2013

Quando foram questionadas se existe dificuldades no relacionamento com os seus fornecedores, concorrentes e clientes por ser do sexo feminino, 89% das mulheres afirmaram não ter esse tipo de dificuldade, em alguns casos foi considerado como sendo facilitador no processo de gestão e privilégio. A participante E22 comentou que “considero uma vantagem, pois no meu trabalho confiam mais nas mulheres, pela dedicação e cuidado”. Porém, algumas empreendedoras expuseram que sentem dificuldades nessa situação:

“No meu caso, sinto dificuldade de relacionamento com outros profissionais de beleza, a maioria são egoístas, não se comunicam, não trocam ideia (experiência), por achar que a experiência, é o segredo do sucesso” (E1).

“As dificuldades estão voltadas para o fato de existir assédio perante alguns homens” (E20).

Nota-se que mesmo sendo um percentual pequeno, 11%, as dificuldades de relacionamento com correntes e pessoas do sexo masculino ainda existe. O desafio é criar alternativas e estratégias para não deixar que seu negócio seja extinto. Jonathan e Silva (2007) consideram que a atualização do potencial econômico e de inovação do empreendedorismo feminino praticado no Brasil necessita de melhor compreensão das questões psicológicas e sociais que envolvem as empreendedoras, logo, aspectos sociais ainda estão presentes como dificuldades enfrentadas pelas mulheres no gerenciamento de seu negócio.

3.3 CARACTERÍSTICA DO PERFIL EMPREENDEDOR

No que concerne às características do perfil empreendedor das mulheres, utilizou-se três variáveis: a) necessidades pessoais que refere-se à busca por atualização, novos desafios, pioneirismo e autoconfiança; b) habilidades e conhecimento que trata sobre a perseverança, sensibilidade empresarial, visão ampliada do negócio, qualidade e eficiência, autodisciplina, bom senso, capacidade de adaptação, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistêmicos, identificação com o trabalho, talento e comprometimento; c) relacionamento interpessoal que abrange aspectos sobre administração, integridade, liderança e rede de contatos. Cada variável representa atributos relevantes para atuação como empreendedora, ligados a questões de inovação, conhecimentos específicos e tipo de liderança e administração no empreendimento.

Tabela 01: Características quanto às necessidades pessoais

Necessidades Pessoais	Nunca 1	Raramente 2	Às vezes 3	Frequentemente 4	Sempre 5
Atualização	0%	0%	9%	29%	62%
Busca por novos desafios	18%	7%	33%	16%	27%
Pioneirismo	4%	16%	27%	29%	24%
Autoconfiança	9%	7%	22%	7%	56%

Fonte: pesquisa realizado em Fevereiro de 2013

Quanto às necessidades pessoais, apresentada na tabela 01, foi evidenciado que 62% das entrevistadas estão sempre dispostas a aprender, ou seja, preocupam-se com a atualização, que se refere à busca constante de informação sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio, bem como a capacidade de incorporar novas tecnologias e com o aprendizado contínuo. Esse resultado vem ao encontro dos estudos de Fillion (1999), onde

expõe que o empreendedor é aquele que busca frequentemente aprender não apenas o que acontece no mercado, para detectar oportunidades, como ainda o que fazem e como fazem, para que assim possam operar e se ajustando conforme a situação imposta.

Contudo, 33% das entrevistas afirmaram que às vezes ocorre a busca por novos desafios. A questão buscou verificar o grau de disponibilidade em correr riscos calculados ou buscar novos desafios. Questionou se estaria disposta a comprometer o próprio patrimônio em um negócio em que a oportunidade de sucesso fosse alta, com base em planejamento e muita informação.

Quanto ao pioneirismo e inovação reporta a pré-disposição para agir de forma proativa, antecipando-se aos acontecimentos, transformando ideias consideradas viáveis, em fatos concretos que possam garantir a evolução do empreendimento. Entre as entrevistadas, esse atributo foi considerado entre às vezes e frequentemente, isso permite dizer que possuem características essenciais de uma empreendedora. O atributo autoconfiança confirma esse resultado, visto que 56% afirmaram que este atributo está sempre presente, agindo e mantendo sempre a confiança no seu sucesso, deste modo as entrevistadas demonstraram possuir a necessidade de diferenciar-se no mercado o que caracteriza-se por um estilo inovativo e singular essencial para se obter sucesso, conforme evidenciado nos estudos de Mota, Santos e Silva (2004). O autor enfatiza que em um ambiente incerto e competitivo, a retenção de informações sobre mercados, processos gerenciais e avanços tecnológicos pode comportar à empresa uma atitude competitiva.

Tabela 02: Características quanto às habilidades e conhecimento gerencial

Habilidades e Conhecimento	Nunca 1	Raramente 2	Às vezes 3	Frequentemente 4	Sempre 5
Negócios					
Perseverança	2%	2%	20%	16%	60%
Sensibilidade empresarial	2%	4%	16%	16%	62%
Visão ampliada do negócio	4%	7%	27%	16%	47%
Gerenciais					
Exigência de qualidade e eficiência	2%	7%	9%	20%	62%
Autodisciplina	4%	4%	16%	33%	42%
Bom senso	0%	7%	2%	20%	71%
Capacidade de adaptação	0%	4%	13%	18%	64%
Estabelecimento de metas	18%	13%	31%	13%	24%

Planejamento e monitoramento sistemáticos	0%	0%	0%	11%	89%
Técnicas					
Identificação com o trabalho	2%	4%	11%	42%	40%
Talento	0%	0%	4%	18%	78%
Comprometimento	0%	0%	4%	18%	78%

Fonte: pesquisa realizada em Fevereiro de 2013

Com relação a variável habilidades e conhecimentos no negócio, constatou-se que a perseverança e sensibilidade empresarial sempre estão presentes, evidenciados em 60% e 62% respectivamente das participantes, esses atributos dizem respeito a características importantes em um empreendimento, pois não desanimar, continuar firme e prosseguir mesmo diante dos obstáculos e desafios impostos, e ainda ter capacidade de perceber no ambiente oportunidades onde são ditos como ameaças, identificando tendências, necessidades atuais e futuras são essenciais para o progresso da empresa. A visão ampliada do negócio também foi verificada em 47% das participantes como sempre, isso mostra que as empreendedoras não se restringem apenas em compreender o próprio negócio, mas tudo que envolve o seu segmento empresarial.

As habilidades e conhecimento gerencial atingiu importante frequência, no atributo exigência de qualidade e eficiência foi demonstrado que 62% das empreendedoras sempre exigem qualidade e eficiência, isso significa que são disciplinadas e compreendem que só se tem bons resultados com a aplicação dos recursos disponível de forma lógica, racional e organizada. Além disso, a pesquisa demonstrou que 71% praticam o bom senso, e 64% possuem capacidade de adaptação, assim as entrevistadas afirmaram que procuram sempre discernir a melhor opção conforme cada momento, estando preparadas para arcar com as consequências, adaptando-se ainda as transformações, dedicando sempre ao negócio, pois reconhecem o melhor para o empreendimento.

Entretanto, quanto ao estabelecimento de metas entre as entrevistadas 31% estabelece só às vezes e 24% sempre, porém pode ser observado que este cenário está se modificando, pois 89% compreendem a importância das metas, constatou-se que o planejamento e monitoramento sistêmico é realizado sempre, isso confirma a preocupação das mulheres em planejar suas ações e fazer o seu monitoramento sistematicamente, mesmo que informalmente, ou seja, não esta no papel.

Quanto à variável habilidades e conhecimento técnico a identificação com o trabalho, talento e comprometimento são sempre avaliados, logo, as mulheres consideram que estes atributos são essências para obtenção de sucesso. Diante de compromissos assumidos com clientes, 78% das mulheres afirmaram ser capazes de, se necessário, sacrificar-se para que sejam cumpridos, e que tudo que fazem pode ser melhorado, mesmo diante de boa atuação. Esses resultados vão ao encontro com os estudos de Jonathan e Silva (2007), pois ressalta o intenso compromisso que as empreendedoras têm com os seus empreendimentos, visto que não apenas têm uma substancial participação acionária na empresa como ainda dedicam diariamente muitas horas o que sinaliza que a gestão de suas empresas constitui também a realização de um sonho. O resultado evidencia ainda na busca da qualidade nos serviços prestados por elas, sendo assim, uma tendência no comportamento das mulheres empreendedoras exposto na pesquisa de Machado (1999), como o desejo de realização tem sido um fator largamente apontado nos estudos como razão para as mulheres empreenderem, existe coerência entre a necessidade de realização e a oferta de serviços e produtos de qualidade, e conseqüentemente, contribui para a concretização dos projetos, mas que também agradem a todos os envolvidos.

Tabela 03: Características quanto ao relacionamento interpessoal

Relacionamento Interpessoal	Nunca 1	Raramente 2	Às vezes 3	Frequentemente 4	Sempre 5
Administração participativa	4%	11%	27%	22%	36%
Integridade	4%	7%	16%	31%	42%
Liderança	13%	22%	29%	16%	20%
Rede de contatos	0%	2%	16%	18%	64%

Fonte: pesquisa realizada em Fevereiro de 2013

Nota-se na tabela 03 que as mulheres rolimourenses desempenham uma liderança participativa, ou seja, busca convívio harmonioso em seu ambiente de trabalho. Tudo que uma pessoa faz em uma empresa está sempre interligada à atividade de outra pessoa, e devido a isso, 36% das mulheres afirmaram que procura estabelecer objetivos claros, tanto de longo com o de curto prazo, para que todos entendam claramente em busca de objetivos comuns. Respectivamente, 42% dizem sempre manter a integridade, organizando as tarefas de maneira objetiva, direcionam ao negócio sempre qualidade, honestidade e coerência nas atitudes. Machado (1999) expõe que onde há a condução de uma empresa por mulheres empreendedoras, existe uma disposição para que os objetivos sejam claros e difundidos entre

todos na organização, pois compreendem que ao estabelecer claramente os objetivos almeja-se a satisfação dos interesses da organização e todas as pessoas envolvidas na empresa.

A liderança se faz necessária na gestão de um negócio, porém 29% das empreendedoras julgaram não exercer esse atributo com frequência, e sim às vezes, isso demonstra que o estilo de liderança das mulheres se diferencia ao preocupar-se com o bem estar de seus colaboradores, como retrata os estudos realizados por Machado (1999). As mulheres foram classificadas como inovativas na tomada de decisão, com estilo de liderança compartilhado, demonstrando habilidade em lidar com recursos humanos, sua preocupação é voltada principalmente para as pessoas e não apenas para as tarefas. Nesse contexto, saber lidar com as diferenças individuais, administrar conflitos e influenciar pessoas torna-se desafios de um líder.

Quanto à rede de contatos, observa-se que 64% das empreendedoras procuram apoio de pessoas e instituições para alcançar seus objetivos e ao mesmo tempo compartilhar os objetivos com seus colaboradores, o resultado confirma o exposto por Gomes (2006) que as mulheres tendem a ver o poder como uma aptidão a ser canalizada em direção a todo seu grupo, logo, o domínio para elas é menos individualista e mais relacional o admite que a mulher trabalhe melhor em equipe, interessando-se pelas pessoas a sua volta, assim essas qualidades contribui para a efetivação de um clima organizacional mais humano. Manter contato com pessoas é uma habilidade expressiva entre as mulheres, conforme evidenciado no extrato de verbalização da empreendedora E39:

“No meu negócio há uma dificuldade em buscar ajuda, encontrar uma pessoa que tenha a mesma visão que eu. Tudo que observo, vejo os detalhes, porque é prazeroso, e é por isso que me considero uma pessoa realizada” (E39).

Deste modo, nota-se que a maioria das empreendedoras procura ajuda ou aumentar sua rede de contatos, mas que essa prática em alguns casos não obtém sucesso. Porém, ao encontrar empreendedoras que compartilhem do mesmo sonho, passam a confiar no seu potencial e que pode ser bem-sucedida em qualquer atividade que proponha executar.

A pesquisa revelou que as mulheres empreendedoras possuem trajetórias envolvidas por superação de obstáculos, como a conciliação do gerenciamento do empreendimento e atenção à família, juntamente com a organização das tarefas requeridas pela empresa, pois, a falta de tempo é dita como uma limitação e desafio para a gestão de um negócio. Porém, ficou

evidente que a superação dos limites é necessário e que a recompensa existe, sendo assim, dedicam-se na construção de algo, desmitificando barreiras. Utiliza-se de suas qualidades femininas para obter melhor desempenho na gestão da empresa. Suas características partem da combinação de atributos regularmente encontrados nas mulheres como a o uso de intuição, sensibilidade e colaboração, bem como características masculinas como coragem e determinação, como também foi identificado nos estudos de Machado (1999).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema proposto permitiu analisar as características empreendedoras das mulheres quanto ao gerenciamento de uma micro e pequena empresa, no qual foram investigadas 45 mulheres que atuam há no mínimo 02 (dois) anos, no município de Rolim de Moura. As inúmeras transformações ocorridas no ambiente empresarial exigiram competências importantes entre as mulheres empreendedoras para não permitir que variáveis existentes no âmbito dos negócios afetem a organização. Deste modo, teve-se por objetivo analisar o perfil empreendedor das mulheres que conduzem um negócio, visando identificar quais características desenvolvidas e utilizadas pelas mulheres para evitar que seu empreendimento não seja extinto, avaliando junto a elas as estratégias implementadas para enfrentar cada desafio.

A pesquisa permitiu verificar que as mulheres têm entre 38 e 47 anos, são casadas, com grau de escolaridade médio completo e superior completo, e iniciaram o empreendimento com recursos próprios oriundos de economias pessoais, o que as colocou em sua maioria como sócias majoritárias. Consideram em sua maioria, que para ser empreendedora é necessário enfrentar a dificuldade de conciliar o trabalho e a família, procurando ainda tempo para realizar melhorias no negócio que proporcione crescimento pessoal e profissional. A pesquisa objetivou ainda, verificar quais as características empreendedoras desenvolvidas para sobreviver no mercado, de tal modo, percebeu-se que as mulheres ao gerenciar seu negócio se diferenciam pela determinação, desejo de independência e autonomia, e procuram conduzir seu negócio com autoconfiança, perseverança, persistência e criatividade, em geral, acreditam que o negócio é motivo de realização pessoal e profissional, e, portanto, dedicam-se para alcançar os melhores resultados.

As mulheres empreendedoras do município de Rolim de Moura/RO, possuem características distintas, combinando características voltadas às necessidades, tais como: independência, desenvolvimento e realização pessoal, segurança, além de correr riscos calculados. Outra característica evidenciada pelas participantes é o conhecimento quanto aos aspectos técnicos relacionados com a empresa, experiências na área comercial e absorção de conhecimento vivenciado em situações novas. As mulheres demonstraram ainda habilidades em reconhecer novas oportunidades, bem como, possuir pensamento criativo, e em alguns casos exploram o poder de persuasão e negociação, buscando sempre informações e ajuda de pessoas ou instituições para alcançar os objetivos estabelecidos. As características ligadas aos valores foram classificadas com um grau relevante de importância, pois verificou-se que as mulheres valorizam os aspectos éticos, existenciais, sua moral, preservando ainda, a qualidade e eficiência instituída, dessa forma, todas as características encontradas nas participantes confirmam os resultados das pesquisas realizadas por Mota, Santos e Silva (2004), onde expõe que o perfil das mulheres abrange essas características.

Ficou evidente a valorização e forma distinta das mulheres de gerenciar seu empreendimento, caracterizado pela sensibilidade, flexibilidade e principalmente atenção e preocupação ao relacionar-se com outras pessoas, através do bom senso e na administração participativa. Porém, verificou-se que este estilo de liderança torna-se um desafio ao apresentar afeto e preocupação com o próximo e ao mesmo tempo impor exigência e eficiência com objetividade. Por conseguinte, as empreendedoras acreditam em seu potencial e que pode ser bem-sucedidas em qualquer atividade que proponham executar, pois apontam como principal estratégia para assegurar o sucesso empresarial o conhecimento e o zelo à empresa. Em geral, explicam que o sucesso é resultado dos esforços e concretização de sonhos, quando realizam um trabalho dedicam-se, de maneira especial, para que os objetivos sejam alcançados e apreciados por outras pessoas.

Destaca-se como limitações da pesquisa, o tempo disposto para responder as perguntas propostas no questionário, pois em alguns casos foi necessário o retorno frequente às empresas durante o período de aplicação da pesquisa para recolhimento do mesmo. Além disso, as empreendedoras identificaram dificuldades em responder as perguntas abertas por considerarem que exigiria muito tempo para analisar todo o processo de gestão do seu empreendimento. Entretanto, vale ressaltar que na terceira parte ocorreu exigência de explicações mais aprofundadas sobre o contexto de algumas perguntas. Outra limitação

refere-se à falta de um banco de dados com informações sobre empresas geridas por mulheres no município, para que a amostra pudesse se aproximar da realidade.

O conhecimento do perfil das mulheres que conduzem um negócio permite avaliar quais atributos demonstram ser essenciais para a sustentabilidade de uma micro ou pequena empresa, pois os desafios enfrentados por esse tipo de empresa são maiores, principalmente pela diferente realidade diária, onde em sua maioria, as empreendedoras são responsáveis por gerenciar a parte administrativa e financeira do seu empreendimento, bem como, criar alternativas seguras perante a necessidade de inovação, a forma como as mulheres utilizam suas qualidades em prol de evitar que seu negócio seja extinto difere do universo masculino. Todavia, deve-se considerar que as características ideais para ser um empreendedor propostas pelos estudos relacionados ao tema deva ser fundamentais para garantir o conhecimento e sucesso em um empreendimento.

Neste contexto, o tema proposto pela presente pesquisa pode ser objeto de estudos futuros, como dissertação de um mestrado, recomenda-se estudar a contribuição dos atributos femininos quanto aos fatores condicionantes ao insucesso de micro e pequenas empresa no município de Rolim de Moura/RO, possibilitando assim, melhor avaliação do grau de empreendedorismo feminino no município.

REFERÊNCIAS

- 1 AIDAR, Marcelo Marinho. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomas Learning, 2007.
- 2 BERNI, Mauro Tadeu. **Gerenciamento de marketing**. São Paulo: Ibrasa, 2002.
- 3 BERNADI, Luiz Antônio. **Manual de Empreendedorismo e Gestão: Fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2003.
- 4 CRAMER, Luciana et al. **Representações femininas da ação empreendedora: Uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios**. In: Anais do II EGEPE – Londrina – Paraná, 2001. Disponível em: <http://www.dad.uem.br>. Acesso em: 19 de Novembro de 2011.
- 5 DAMASCENO, Luiza Débora Jucá. **Empreendedorismo Feminino: um estudo das mulheres empreendedoras com modelo proposto por Dornelas**. 2010. Disponível em: <http://www.faf7.edu.br>. Acesso em: 24 de Agosto de 2011.

6 DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

7 _____. _____. 1 Ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

8 DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

9 FILION, Louis Jacques; DOLABELA, Fernando. **Boa ideia! E agora? Plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2000.

10 FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. In: Anais: Revista de Administração, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho 1999. Disponível em: <http://www.dge.ubi.pt>. Acesso em: 23 de Agosto de 2011.

11 GARCIA, Ana Paula Fernandes et al. **Empreendedorismo Feminino**: Luiza Helena Trajano e o caso da Rede Magazine Luiza. In: 6º Congresso do Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas. Anais: IFBAE Franca 2011: Inovação, Cooperação Internacional e Desenvolvimento Regional. Disponível em: www.sindifranca.org.br. Acesso em: 17 de Novembro de 2011.

12 GOMES, Almiralva Ferraz. **Mulheres empreendedoras**. Vitória da Conquista: Edições Uesb, 2006.

13 GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*): **Empreendedorismo no Brasil 2010**. Disponível em: www.gemconsortium.org. Acesso em: 23 de agosto de 2011.

14 _____. **Empreendedorismo no Brasil 2009**. Disponível em: www.gemconsortium.org. Acesso em: 23 de agosto de 2011.

15 _____. **Empreendedorismo no Brasil 2007**. Disponível em: www.gemconsortium.org. Acesso em: 23 de agosto de 2011.

16 INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico de 2010**. <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em 10 de Setembro de 2011.

17 JONATHAN, Eva G.; SILVA, Taissa M. R. da. **Empreendedorismo Feminino**: Tecendo a trama de demandas conflitantes. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br>. Acesso em: 10 de Setembro de 2011.

18 LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. 3ª ed. Recife: Bagaso, 2002.

19 MACHADO, H. V. **Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora**. In: Anais: Encontro Nacional da Associação dos programas de pós-graduação em Administração, 1999. Disponível em: <http://www.maismulheresnoperbrasil.com.br>. Acessado em: 23 de Outubro de 2011.

20 MARTINS, Cibele Barsalini et al. **Empreendedorismo feminino: características e perfil de gestão em micro e pequenas empresas.** In: Anais: XII Semead Seminários em administração. 2010. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br>. Acesso em: 23 de Outubro de 2011.

21 MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

22 MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas.** 11 ed. 4 reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

23 MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

24 MIRANDA, C. M. S.; CASSOL, Neidi Krewer; SILVEIRA, Amélia. **Gestão empreendedora: perfil e trajetória das mulheres gestoras de uma instituição de ensino superior.** In: Colóquio Internacional Sobre Gestão Universitária na América do Sul, 6, 2006, Blumenau. Anais: Mudanças e perspectivas na gestão universitária na América do Sul. Blumenau, 2006. v. 1. p. 1-16. Disponível em: http://www.inpeau.ufsc.br/wp/wp-content/BD_documentos/1877.pdf. Acesso em 23 de Outubro de 2011.

25 MOTA, Ana Roberta Souza; SANTOS, Ardnildo Moraes dos; SILVA, Tatiana de Fátima Cavalcante. **Empreendedorismo: O perfil empreendedor de mulheres de sucesso.** 2004. Disponível em: www.ba.agenciasebrae.com.br. Acesso em: 17 de Novembro de 2011.

26 RUIZ, Joao Alvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos.** 6 ed. 5 reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

27 SANTOS, Izequias Estevan dos. **Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica.** 5. ed. rev., atual e ampl. Niterói: Impetus, 2005.

28 SILVA, Adriano Camiloto da; TORRES NETO, Diogo Gonzaga; QUINTINO, Simone Marçal. **Manual do artigo científico do curso de Administração.** Universidade Federal de Rondônia, 2010.

ANEXO

ANEXO A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa sobre **Empreendedorismo Feminino: um estudo sobre o perfil empreendedor das mulheres no gerenciamento das micro e pequenas empresas no município de Rolim de Moura - RO**, no caso de você concordar em participar, favor assinar ao final do documento. Sua participação não é obrigatória, e, a qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador (a) ou com a instituição.

Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e endereço do pesquisador (a) principal, podendo tirar dúvidas do projeto e de sua participação.

UNIVERSIDADE: Fundação Universidade de Rondônia - UNIR

PESQUISADOR(A) RESPONSÁVEL: Ana Natiara dos Santos Lima

ORIENTADORA: Ms. Simone Marçal Quintino

ENDEREÇO: Rua Jamari, nº 4163 Rolim de Moura/RO

TELEFONE: (69) 8403-5837 9269-4909

OBJETIVOS:

- Identificar o perfil empreendedor das mulheres;
- Verificar quais características as mulheres empreendedoras desenvolveram para sobreviver no mundo dos negócios;
- Avaliar a percepção das mulheres quanto às estratégias de gerenciamento de uma micro e Pequena empresa.

PROCEDIMENTOS DO ESTUDO: (se concordar em participar da pesquisa, você terá que responder a um questionário sobre Empreendedorismo Feminino, contendo 31 questões referentes às características do empreendimento e as características do perfil empreendedor buscando analisar as características empreendedoras das mulheres quanto ao gerenciamento de uma micro e pequena empresa. Os dados coletados serão tabulados e analisados para fechamento do artigo de conclusão de curso pela Fundação Universidade de Rondônia – UNIR.

RISCOS E DESCONFORTOS: a pesquisa não oferece nenhum risco ou prejuízo ao participante.

BENEFÍCIOS: Avaliação do perfil empreendedor das mulheres, bem como as estratégias e contribuições ao ambiente organizacional.

CUSTO/REEMBOLSO PARA O PARTICIPANTE: Não haverá nenhum gasto ou pagamento com sua participação.

CONFIDENCIALIDADE DA PESQUISA: Garantia de sigilo que assegure a sua privacidade quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa. Os dados e o seu nome não serão divulgados.

Assinatura do Participante: _____

APÊNDICE

APÊNDICE A: QUESTIONÁRIO

Esta pesquisa refere-se ao trabalho de conclusão de curso para obtenção do título de Bacharel em Administração, com o tema “**Empreendedorismo Feminino: Um estudo sobre o perfil empreendedor das mulheres no gerenciamento de Micro e Pequenas empresas no Município de Rolim de Moura – RO**”, com intuito de levantar dados das características empreendedoras das mulheres quanto ao gerenciamento de uma micro e pequena Empresa, não há necessidade de se identificar, os dados coletados terão cunho absolutamente científico.

1. Perfil

01 – Idade

- | | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 18 a 22 anos | <input type="checkbox"/> 33 a 37 anos | <input type="checkbox"/> 48 a 52 anos |
| <input type="checkbox"/> 23 a 27 anos | <input type="checkbox"/> 38 a 42 anos | <input type="checkbox"/> 53 a 57 anos |
| <input type="checkbox"/> 28 a 32 anos | <input type="checkbox"/> 43 a 47 anos | <input type="checkbox"/> acima de 58 anos |

02 – Estado civil:

- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Solteira | <input type="checkbox"/> Separada | <input type="checkbox"/> amasiada |
| <input type="checkbox"/> Casada | <input type="checkbox"/> Viúva | <input type="checkbox"/> Outros:_____ |

03 – Escolaridade:

- | | | |
|---|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental | <input type="checkbox"/> completo | <input type="checkbox"/> incompleto |
| <input type="checkbox"/> Ensino Médio | <input type="checkbox"/> completo | <input type="checkbox"/> incompleto |
| <input type="checkbox"/> Ensino Superior | <input type="checkbox"/> completo | <input type="checkbox"/> incompleto |
| <input type="checkbox"/> Outros _____ | | |

04 – Caso seu grau de escolaridade seja de superior completo ou incompleto, indique a área de formação:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Administração | <input type="checkbox"/> Contabilidade |
| <input type="checkbox"/> Economia | <input type="checkbox"/> Sistema de informação |
| <input type="checkbox"/> Direito | <input type="checkbox"/> Outros:_____ |

05 - Antes de iniciar o negocio você:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Tinha outro negocio | <input type="checkbox"/> Ocupava algum cargo de gerencia |
| <input type="checkbox"/> Era colaboradora/funcionária | <input type="checkbox"/> Era estudante |
| <input type="checkbox"/> Era dona de casa | <input type="checkbox"/> Outros:_____ |

06 – Possi outra atividade remunerada?

- ☐ Sim ☐ Não Qual?_____

2. Características do empreendimento

07 – Motivo (s) pelo qual iniciou a empresa:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Hobby | <input type="checkbox"/> Dificuldade financeira |
| <input type="checkbox"/> Complementação da renda familiar | <input type="checkbox"/> Satisfação pessoal |
| <input type="checkbox"/> Desejo de independência/ Autonomia | <input type="checkbox"/> Herança familiar |
| <input type="checkbox"/> Por sugestão de terceiros | <input type="checkbox"/> Outros:_____ |

08 – Participação do seu capital na empresa em porcentagem (%): _____

09 – Quais as origens dos recursos (capital) utilizados para abrir a empresa?

- () Empréstimos familiares () Empréstimos de terceiros
 () Empréstimos bancários () Economias pessoais
 () Outros: _____ -

10 – Dificuldades enfrentadas para ser empreendedora:

- () Obtenção de financiamento () Aceitação familiar
 () Falta de tempo () Conciliação de trabalho e família
 () Falta de acesso a informações () Outras: _____

11 – Você sente dificuldade no relacionamento com os seus fornecedores/ concorrentes/ clientes por ser do sexo feminino?

- () Sim () Não

Comente: _____

3. Características do perfil empreendedor

Você terá, a seguir, uma serie de questões para ler e avaliar:

1 – Nunca 2 – Raramente 3 – Às vezes 4 – Frequentemente 5 – Sempre

1) Estou disposta a aprender. Estou colhendo ideias para o meu negócio	1	2	3	4	5
2) Sei que o risco é inerente ao mundo dos negócios. Não hesitaria em comprometer o próprio patrimônio em um negócio em que a oportunidades de sucesso sejam altas, com base em planejamento e muito informação.	1	2	3	4	5
3) A empresa tem diversos projetos em andamento. Alguns em fase de preparação, outros prestes a entrar em execução.	1	2	3	4	5
4) Sou determinada. Vejo os momentos de crise como oportunidades de crescimento e de bons negócios.	1	2	3	4	5
5) Observo tudo o que ocorre em minha volta à procura de uma oportunidade para criar novos negócios.	1	2	3	4	5
6) No meu negócio tenho compromisso com a sociedade, o meio ambiente, o governo e os fornecedores.	1	2	3	4	5
7) Em momentos de dificuldades, sei realizar mudanças mesmo com sacrifícios.	1	2	3	4	5
8) Em minhas decisões, tenho interesse em contribuir, efetivamente, para a identificação de alternativas viáveis para aumentar a produtividade, preservando a qualidade das relações com os clientes e fornecedores.	1	2	3	4	5
9) Diante dos desafios impostos a um negócio, sinto-me capaz de mudar para adequar-me às exigências do mercado.	1	2	3	4	5
10) O negócio é motivo de realização pessoal e profissional para mim. Portanto, dedico-me, de corpo e alma, a esta ideia.	1	2	3	4	5

11) O meu trabalho permite que eu expresse o meu talento pessoal.	1	2	3	4	5
12) No meu negócio todos os integrantes participam do processo de tomada de decisão.	1	2	3	4	5
13) Mantenho a integridade e o respeito por mim mesma, pelos colegas e pelos clientes.	1	2	3	4	5
14) Percebo que sou capaz de influenciar colegas e amigos. Minha opinião tem peso nas decisões (não porque sou proprietária ou sócia), e busco o melhor para todos.	1	2	3	4	5
15) Quando estou fazendo um trabalho, me esforço, de forma especial, para que o resultado seja satisfatório para mim e para as outras pessoas.	1	2	3	4	5
16) Acredito que tudo que faço, mesmo tendo bons resultados, pode ser melhorado.	1	2	3	4	5
17) Procuro estabelecer objetivos claros para a empresa, tanto de longo como de curto prazo.	1	2	3	4	5
18) Procuro organizar as tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de que possam ter seus resultados médios e avaliados.	1	2	3	4	5
19) Busco apoio de pessoas e instituições que possam ajudar no crescimento do negócio.	1	2	3	4	5
20) Acredito em meu potencial e que posso ser bem-sucedida em qualquer atividade que me proponho a executar.	1	2	3	4	5

TERMO DE CONSENTIMENTO:

Eu _____, declaro que de livre e espontânea vontade participei da pesquisa.

Assinatura do participante: _____

Local/data: _____

Caso não queira identifica-se marque o campo seguinte: ()

O Pesquisador Responsável por este Artigo é Ana Natiara dos Santos Lima (8403-5837 / 9269-4909) do curso de Bacharel em Administração da Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal, sob orientação da Profª Simone Marçal. Esta pesquisa é de caráter sigiloso. Não serão divulgados nomes de participantes.